



WERBEWOCHE

*Fachmagazin für Werbung,
Medien und Marketing*

Media-Daten 2019

Fachmagazin für Werbung, Medien und Marketing



Eine Publikation der
Galledia

Werbemarkt

kömedia
mit Leidenschaft

Kömedia AG

Geltenwilenstrasse 8a, 9000 St. Gallen

Tel. 071 226 92 92, Fax 071 226 92 93

info@koemedia.ch, www.koemedia.ch

Profil

Kurzcharakteristik

Die Werbewoche, das Fachmagazin für Werbung, Medien und Marketing, erscheint seit 1973. Sie ist die unabhängige Informationsquelle für Profis, die in der Werbe-, Marketingkommunikations- und Medienbranche auf dem Laufenden bleiben wollen und müssen. Das exklusive Wissens- und Unterhaltungsmagazin bietet Impulse und Denkanstöße zum Durchblättern. Aktuelle Kampagnen, spannende Porträts, Gespräche mit prägenden Persönlichkeiten und witzige Kolumnen sind feste Bestandteile in der Berichterstattung.

Die Werbewoche ist die Community der Werbeaufraggeber, -agenturen, Medienanbieter und Vermarkter und bietet somit die Plattform für alle, die diese Zielgruppen ansprechen wollen.

Redaktionsqualität

Die Redaktion bewegt sich in der Community der Werbeaufraggeber, -agenturen, Medienanbieter und Vermarkter. Dies ermöglicht eine einzigartige Berichterstattung. Mit den Rubriken, Schwerpunkt, Gesagt, Rein, Raus, Kolumnen, Menschen und einem Cartoon ist ein umfassendes Infotainment gewährleistet.

**«Sag meiner Mutter nicht, dass ich in der Werbung arbeite.
Sie glaubt,
ich sei Pianist in einem Bordell.»**

Jacques Séguéla (*1934)

französischer Werber und Mitgründer von RSCG

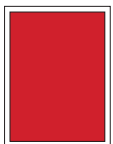
Erscheinungsplan

Nr.	Erscheinung	Anzeigenschluss
1	04.02.2019	16.01.2019
2	06.03.2019	15.02.2019
3	08.04.2019	20.03.2019
4	10.05.2019	23.04.2019
5	11.06.2019	23.05.2019
6/7	10.07.2019	21.06.2019
8	02.09.2019	14.08.2019
9	04.10.2019	17.09.2018
10	05.11.2019	16.10.2019
11/12	06.12.2019	19.11.2019



Preise/Formate Gültig ab 1.1.2019

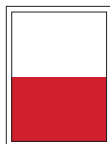
Heftformat: 310 x 470 mm *randangeschnitten (+ allseitig 3 mm Beschnitt)



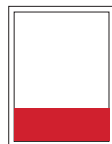
1/1 Seite
*310 x 470 mm
4-farbig 5'900.-



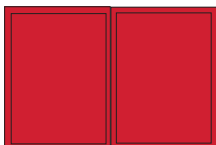
1/2 Seite
*152,5 x 470 mm
4-farbig 3'900.-



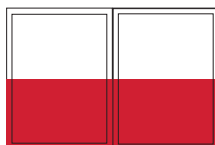
1/2 Seite
*310 x 232,5 mm
4-farbig 3'900.-



1/4 Seite
*310 x 113,75 mm
4-farbig 2'900.-



2/1 Seite
*620 x 470 mm
4-farbig 11'800.-



2/ 1/2 Seite
*620 x 232,5 mm
4-farbig 7'800.-

Rabatte

- Wiederholungsrabatt
3 x 5%, 5 x 10%, 10 x 15%

Beilagen/Beihefter

- Beilage lose Werbewert 5'200.-
- Postaltaxen bis 50g 990.-
- Technische Kosten 250.-
- Zick-Zack-Falz (Mehrkosten) 250.-
- Aufgeklebte Karte 1'500.-

Zuschläge/BK

- Textplatzierte Inserate 10%
 - BK vom Kundennetto 5%
- Alle Zuschläge sind Rabatt- und BK berechtigt, ausser Technische Kosten/Postaltaxen.

Umschlagsseiten

- 2. Umschlagsseite 6'200.-
- 3. Umschlagsseite 5'900.-
- 4. Umschlagsseite 6'600.-

Sonderformate auf Anfrage

Technische Daten

MK Marketing & Kommunikation / Werbewoche

Druckauflage 9'500 Exemplare

Auflagestruktur

Total verbreitet Auflage (WEMF 2018)	6'842 Ex.
davon bezahlte Abonnements	2'122 Ex.
davon Pflichtabonnements	3'349 Ex.

Mitglieder: SWISS MARKETING/SMC, Schweizer Werbeauftraggeber SWA, Schweizer Dialogmarketingverband STV, Sponsoring Schweiz, Promoswiss, Schweizer Francise Verband SFV, Callnet.ch

Einzelverkauf	165 Ex.
Gratis/Bulk (WEMF 2018)	1'206 Ex.

Gratisauflage 2'658 Ex.
Zielgruppenversand, Messen, Veranstaltungen, Events, Medienpartner, Ausbildungsinstitute, Verbände, Belegexemplare

Erscheinungsweise

10-mal jährlich mit MK

Heftformat 310 x 470 mm

Druck Bogenoffsetdruck

Druckunterlagen highend PDF für Offsetdruck, Belichtungsauflösung 2400 dpi, 80er Raster

Technische Spezifikationen Galledia

Download Datenmanagement

Download Farbmanagement-Spezifikationen

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Begriff und Form des Anzeigenvertrags

Durch den Abschluss eines Anzeigenvertrags verpflichtet sich die Kōmedia AG (nachfolgend Verlag), in der bezeichneten Publikation eine oder mehrere Anzeigen erscheinen zu lassen, währenddem der Kunde die Anzeigenpreise zu bezahlen hat. Anzeigenverträge werden grundsätzlich schriftlich abgeschlossen. Der Schriftform gleichgesetzt und Insoweit formgültig sind E-Mail, Fax und dgl. Neben Bestellungen haben auch Änderungen oder Abstellungen von Anzeigen schriftlich zu erfolgen.

2. Stellenwert der AGB

Massgebend für die Regelung des Vertragsverhältnisses sind in erster Linie die folgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Allfällige, abweichende schriftliche Vereinbarungen gehen den vorliegenden AGB vor. Dagegen gehen vorliegende AGB allfälligen anderslautenden AGB des Kunden vor. Die AGB haben auch für eine ggf. vom Kunde beauftragte Agentur und/oder Vermittlung Geltung, sei es, wenn die Agentur/Vermittlung selbst (nicht ein Endinteressent) Kunde ist oder wenn diese stellvertretend für den Kunden handelt (letzteres selbst dann, wenn nur der Kunde ausdrücklich erwähnt wird).

3. Basis für die Anzeigenpreisgestaltung

Es gelten die Tarife gemäß den aktuellen Media-Daten (Link). Die Anzeigenpreise verstehen sich immer exklusiv des aktuellen Mehrwertsteueransatzes. Zusätzliche Dienstleistungen wie die Erstellung von Druckunterlagen, Anzeigengestaltung, Textvorlagen, Übersetzungen und -auswertungen usw., welche über das übliche Mass (z.B. einfache Streifenpläne, Kostenberechnungen usw.) hinausgehen, werden zu den branchenüblichen Tarifen verrechnet. Die Berechnung der Anzeigen erfolgt grundsätzlich anhand der publizierten Grösse. Der angegebene Millimeter wird voll berechnet. Als Berechnungsgrundlage für die korrekte Darstellung der Anzeigen sind die Angaben zum Druck und zur Abrechnung derselben gilt die Auswertung des Ad-Management-Tools der Verlage. Der Kunde hat keinen Anspruch auf Statistikinformationen, die über das hinausgehen, was für die Abrechnung notwendig ist.

4. Ablehnung von Anzeigen

Der Verlag hat das Recht, Anzeigen ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Daraus kann kein Schadenersatzanspruch abgeleitet werden. Von einem Vertragsschluss umfasst sind einzig die vom Verlag akzeptierten Anzeigen.

5. Mengenabschluss und Wiederholungsaufträge

Mengenabschlüsse sind der Bezug von bestimmten Anzeigenvolumen in Grösse (Millimeter oder 1/16 Seite bzw. 1/4 Seite etc.) oder Franken während eines bestimmten Zeitraums. Wiederholungsaufträge sind Aufträge für Anzeigen, die an zum Voraus festgelegten Daten anverkauft erscheinen. Mengenabschlüsse und Wiederholungsaufträge sind grundsätzlich nur für Anzeigen eines einzelnen Kunden zulässig. Für Anzeigen des wirtschaftlich betrachteten gleichnamigen Auftraggebers, die unter verschiedenen Namen oder für Rechnung verschiedener Unternehmen (Sachrechnungsstellen usw.) sind grundsätzlich getrennte Verträge und Rabattbestimmungen anzusetzen. Mengenabschlüsse und Wiederholungsaufträge werden besonders vereinbart, der Verlag berücksichtigt dabei branchenübliche Standards. Die Laufdauer der Mengenabschlüsse und Wiederholungsaufträge beginnt mangels anderer Vereinbarung spätestens mit dem Datum der ersten Insertion. Sie beträgt grundsätzlich 12 Monate, im Fall einer Verlängerung bis zum 15. Tag eines Monats wird dieser mitgezählt.

6. Rabatte

Ein Mengenabschluss hat der Kunde Anrecht auf den tariflichen Abschlussrabatt (vgl. dazu die Angaben in den Media-Daten). Wiederholungsarbeit wird auf Aufträgen erteilt, welche die den Rabattbestimmungen entsprechende Anzahl Anzeigen (innerhalb von 12 Monaten) enthalten. Die Grösse darf nicht verändert werden. Texte oder Sujets nur dann, wenn es sich um Volldruckmaterial handelt. Rabattvereinbarungen mit Kunden mit Jahresumsatzprämie enden immer mit dem Kalenderjahr. Der Rabatt, der sich aus der bei Vertragsabschluss festgelegten Abschlusshöhe ergibt, kann auf Wunsch des Kunden auch während der Vertragsdauer durch Festlegung einer neuen Abschlusshöhe angepasst werden. Bei Bruttoabschlüssen werden Rabatt und Jahresumsatzprämie zum Ablauf der Rabattvereinbarung gleichgültig. Übersteigt das Volumen der aufgegebenen Anzeigen immer Jährersfrist die vorgesehene Abschlusshöhe, wird der Rabatt auf dem Gesamtvolumen berechnet und dem Kunden im Rahmen der Rabattbestimmungen ein rückwirkender Rabatt gewährt. Erreicht die abgenommene Menge am Ende der Laufzeit die vorgesehene Abschlusshöhe nicht, erhält der Kunde im Rahmen der Rabattbestimmungen eine Rabattnachbelastung. Bei Kündigung des Kunden zufolge geänderter Tarife (vgl. Ziff. 15) hat dieser Anspruch auf den Rabatt, der gemäss Rabattbestimmungen der

effektiv abgenommenen Menge entspricht.

7. Obliegenheiten des Kunden

Geleitetes Material für gedruckte Anzeigen sowie Online-Vorlagen müssen den technischen Normen des Verlags entsprechen (vgl. auch Media-Daten). Die Übermittlung erfolgt auf Gefahr des Kunden. Für die Anzeigenschlüsse gelten die in den Media-Daten bzw. den jeweiligen Anzeigen bei Onlinezuschaltungen verpflichtend sich der Kunde, dem Verlag die Anzeige spätestens am dritten Arbeitstag vor dem ersten Schaltungstermin zur Verfügung zu stellen. Der Kunde räumt dem Verlag die Nutzungsrechte am Inhalt der Anzeigen ein (insb. am gesteuert Eigentum des Kunden und dgl.), soweit dies zur Vertragsverfüllung notwendig ist. Der Kunde erlaubt dem Verlag weiter, soweit zur Vertragsverfüllung notwendig die Werbemittel (einschliesslich aller kreativer Inhalte) zu nutzen, zu hosten, zu cachen, zu routen, zu speichern, zu vervielfältigen, zu verändern, anzuzeigen, zu übermitteln, zu verbreiten und dgl. Er erklärt sich insbesondere damit einverstanden, dass der Verlag die Anzeigen auf eigene und fremde Online-Dienste einpassen oder sonst wie veröffentlichen und zu diesem Zweck bearbeiten kann. Der Verlag kann für die vereinbarten bzw. gebuchten Anzeigen die geschuldete Zahlung vollständig in Rechnung stellen, wenn die Anzeige aus Umständen, die der Kunde zu vertreten hat, nicht oder nicht ordnungsgemäss geschaltet werden kann (u.a. bei nicht rechtzeitiger, mangelhafter oder falscher Kennzeichnung oder nachträglicher Abänderung). Allfällig entstehende Zusatzkosten können dem Kunden ebenfalls in Rechnung gestellt werden.

8. Erfüllung; Allgemeines, Gestaltung

Erfüllungsort für beide Vertragsparteien ist St. Gallen. Der Verlag ist beauftragt zur Vertragsverfüllung Hilfspersonen, Unterkontaktdaten und dgl. beizubehalten. Anzeigen, die aus technischen Gründen nicht rechtzeitig geschaltet werden können, werden redaktionell nicht in Gestaltung und Schrift unterschrieben werden können. Der Verlag behält sich eine zusätzliche Kennzeichnung durch eine Überschrift «insert»-, «Anzeige»-, «Werbung» oder «Publirportage» vor, der Kunde erklärt sein Einverständnis dazu. Der Kunde ist frei einverstanden, dass die Anzeigen, die vom Verlag abgedruckt, auf Online-Dienste einpassen oder sonstige veröffentlicht werden, für Dritte nicht frei verfügbar sind. Der Kunde überträgt dem Verlag das Recht (nicht aber die Pflicht), jede irgendwie getragene Verwertung und Bearbeitung dieser Anzeigen durch nicht berechtigte Dritte mit dem geeigneten Mittel zu untersagen. Druckmaterial ohne Spezifikation wird als Einzelmaterial betrachtet. Dieses darf nach Ablauf einer Frist von 3 Monaten seit dem letzten Erscheinungdatum vernichtet werden. Eine Ausnahme gilt einzig für Druckmaterial mit permanentem Charakter, dieses ist vom Kunden auf dem Auftrag in den Verlag ausdrücklich als «permanent» zu kennzeichnen. Die Rücksendung von rückgabepflichtigem Druckmaterial erfolgt innerhald von 3 Monaten nach Beendigung des Auftrags. Bei Papierprodukten kann die Rückstellung wegen der Möglichkeit von Beschädigung während des Druckvorganges nicht gewährleistet werden.

9. Insbesondere Verschiebungen, Platzierungswünsche und -vorschriften

Der Verlag kann sich aus technischen Gründen vorbehalten, für bestimmte Daten vorgeschrieben, aber dem Inhalt nach nicht verbindende Anzeigen in eine andere Ausgabe von oder zur Verfügung zu stellen. Es ist nicht termingebundene Anzeigen in einer anderen Ausgabe, kann deswegen werden die Zahlung verweigert noch können Gewährleistungs- oder Schadenersatzansprüche gestellt werden. Platzierungswünsche des Kunden werden nur unverbindlich entgegengenommen. Für Anzeigen mit festen Platzierungsvorschriften wird, sofern diese vom Verlag schriftlich akzeptiert werden, eine entsprechende Platzierungsmöglichkeit und Konkurrenzabschluss ist auf besonderen Wunsch des Kunden möglich und wird zusätzlich berechnet. Erscheint die Anzeige aus technischen Gründen an einer anderen Stelle: als vorgeschrieben oder gewünscht, kann deswegen werden die Zahlung verweigert noch können Gewährleistungs- oder Schadenersatzansprüche gestellt werden. Ein Umbringungsantrag vor oder Ablauf der genannten Fristen schriftlich an den Verlag zu richten (insb. durch Engagement beim Verlag) ist für feststehenden Umbringungen sind sämtliche dadurch der Verlag entstehenden Mehrkosten geschuldet.

10. Beachtung der Normen und Rechte Dritter

Vorbehaltlich allfällig anderslautender, zwingender Rechtsnormen trägt der Kunde die alleinige Verantwortung, dass eine Anzeige die anwendbaren Rechtsnormen, Rechte Dritter und allfällig einschlägige Verbandsregeln der Branche

erhält. Der Kunde allein trägt die Verantwortung im Fall einer Verletzung von Normen und Rechten Dritter. Macht ein Dritter Forderungen gegen den Verlag geltend aufgrund des Inhalts der Anzeige, namentlich aus (angelieblicher) Verletzung des Wettbewerbs-, Immaterialgüter-, Persönlichkeits- oder Datenschutzrechtes, verpflichtet der Kunde den Verlag von sämtlichen Verpflichtungen zu befreien. Die Freistellung umfasst namentlich die Übernahme allfälliger Garantieleistungen, Schadenersatzposten und dgl. sowie sämtliche Kosten und Aufwendungen im Zusammenhang mit einer ausgerichteten oder gerichtlichen Auseinandersetzung (Verfahrens- und Parteikosten). Der Kunde tritt bei Wahrung des Verlags entgegen dem Prozess bei oder führt diesen anstelle des Verlags (Art. 79 der schweizerischen Zivilprozessordnung (ZPO)), Schadenersatzansprüche des Verlags sowie dessen Rücktritts- bzw. Kündigungsrecht (vgl. Ziff. 14) ebenfalls vorbehalten.

11. Datenschutz

Der Verlag verpflichtet sich zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen, kann aber die Vertraulichkeit, Integrität, Authentizität und Verfügbarkeit von Personendaten nicht umfassend garantieren. Der Kunde nimmt zur Kenntnis, dass Personendaten auch in Staaten abrufbar sind, die keine der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen besitzen. Soweit dem Verlag personenbezogene Daten des Kunden oder dessen Mitarbeitenden oder Auftraggebern zur Verfügung gestellt oder zugänglich gemacht werden, darf im Rahmen der Zweck der Vertragsverfüllung sammeln und bearbeiten und in ihm sinnvoll erscheinendem Umfang auch Dritten (z.B. Unterkontaktdaten) zugänglich machen. Der Kunde gewährleistet, soweit nötig die Zustimmung Betroffener zur Datenbearbeitung im vorgenannten Sinn eingeholt zu haben und die dem Verlag zur Verfügung gestellten Daten rechtzeitig zu aktualisieren. Personendaten werden erhoben bzw. erhalten zu haben (in gegebenem falls auch derjenigen der Europäischen Union (DSGVO); vgl. auch Ziff. 10). Im Fall von Online-Anzeigen gestattet der Kunde, sofern er nicht schriftlich Widerspruch einlegt, die Verwendung von automatisierten Softwareprogrammen, um Webseiten des Kunden zur Evaluierung der Qualität des Werbemittels und zum Zweck der Ausdeutung von Werbemitteln aufzurufen und zu analysieren. Sollte der Kunde, z.B. durch Verwendung spezieller Techniken wie dem Einsatz von Cookies oder Zählplätzen, Daten aus der Schaltung von Online-Werbung gewinnen oder sammeln, sicher ist zu, dass es bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die einschlägige Datenschutzgesetzgebung (insoweit anders als diejenige der Europäischen Datenschutzverordnung (DSGVO)) einhalten wird.

12. Zahlungsbedingungen

Rechnungen des Verlags sind inner 20 Tagen netto ab Rechnungsdatum zu bezahlen. Der Verlag ist beauftragt, Vorschussleistungen zu verlangen. Ein von einer Agentur Vermittelt oder dgl. verteilter Kunde kann sich nur durch Zahlung an den Verlag selbst von seiner Zahlungspflicht im gegenüber befreien. Wenn eine Agentur bzw. Vermittlung Kunde ist, hat der Verlag überdies das Recht, im Verzugsfall bei unbenutzter Nachfrist (s. dazu Abs. 3 hiernach) sich direkt an den Endinteressenten zu wenden und sie auf Zahlungszustände der Agentur/Vermittlung hinzuwirken. Die Agentur/Vermittlung kann kein eigenes Gewährleistungs-, Schadenersatz- oder sonstige Ansprüche gegen den Verlag geltend machen, wenn Endinteressent direkt mit dem Verlag Anzeigenverträge abschliesst. Alle Anzeigenpreise verstehen sich netto, d.h. ohne Abzug eines Skontos. Im Fall der Vertragsauslösung zufolge Zahlungszwangs entstehen sämtliche Rabattberechtigungen oder andere Zahlungsbedingungen, insbesondere Provisionszahlungen, auf allen nicht bezahlten Rechnungen. Allfällige geleistete Provisions- oder andere Bonus-Zahlungen können zurückgeführt werden. Für diese Rabatte wird eine Nachkürzung vorgenommen. Werden die Rechnungen nicht inner 20 Tagen netto bezahlt, kann ein Verzugszins von mindestens 5 Prozent berechnet werden, vorbehaltlich beliebiger schriftlicher Schadenersatzregeln (vgl. Art. 104 ff. des schweizerischen Obligationenrechts (OR)). Eine Minderstuf ist nicht erforderlich. Für die weiteren Verzugsfolgen gelten die Art. 107 ff. OR. Sind bei Verzugsfrist nicht weitere Anzeigenschaltungen Gegenstand des Vertragsverhältnisses, hat der Verlag zudem, wenn auch nach einmaliger Nachfrist keine Bezahlung erfolgt, das Recht zu fristlosen Kündigung einseitig oder aber Anzeigenbeziehungen mit dem Kunden (vgl. Ziff. 14). Der Verlag ist bei Verzugszeit berechtigt, allfällig laufende Schaltungen von weiteren gebuchten Anzeigen zu unterlassen. Sämtliche für die Eintreibung ausstehender Zahlungen erforderlichen Massnahmen, insbesondere auch die Kosten des Bezugs Dritter, sind dem Kunden zuzurechnen.

13. Fehlerhaftes/Ausbleibendes Erscheinen

Der Verlag bemüht sich um eine dem jeweils üblichen technischen Standard

entsprechende bestmögliche Publikation der Anzeigen. Dem Kunden ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit die Verfügbarkeit der Systeme und eine fehlerfreie Publikation zu erbringen. Der Verlag gewährleistet keine Verfügbarkeit und keine Fehler-, Mängel- oder Störungsfreiheit. Im Fall von Online-Anzeigen kann zudem keine bestimmte Anzahl von Einblendungen (Impressions), Veröffentlichungen, Conversions oder Klicks auf ein Werbemittel garantiert werden. Ausser bei Großtafelrissigkeit oder Absicht sind jegliche Gewährleistung und Haftung des Verlags wegbedungen. Die Haftungsbegrenzung auf Großtafelrissigkeit und Vorsatz gilt auch beim Bezug von Hillspersonen bzw. Unterkontaktdaten. Es bestehen keinerlei Gewährleistungs- und Haftungsansprüche im Fall von gedruckten Anzeigen oder Online/Vorlagen, die bzw. deren Material nicht den technischen Normen des jeweiligen Mediums entsprechen. Dasselbe gilt bei Fehlen in der Übermittlung der Werbeaufträge. Bei Buntdrucken für gedruckte Anzeigen bleibt eine angemessene Toleranz (nach IFRA-Norm) der Farbabweichung vorbehalten. Für Übersetzungsfehler aus fremdsprachigen Vorlagen kann keine Haftung übernommen werden. Mängelrügen müssen innerhalb von 10 Tagen nach Publikation der Anzeige geltend gemacht werden. Nach Ablauf dieser Frist gilt die Leistung des Verlags als genehmigt. Für fehlerhaftes Erscheinen, das den Sinn oder die Wirkung einer Anzeige wesentlich beeinträchtigt, oder bei unterbleibender Publikation wird Ersatz in Form von Anzeigenraum bis zur Grösse der fehlerhaften bzw. unterbleibenden Anzeige geleistet, macht eine Publikation keinen Sinn mehr (z.B. bei Werbung für einen einzigen, inzwischen vergangenen Anlass), kann der Kunde alternative die Rückerstattung der durch ihn auf diese betreffende Anzeige bereits geleisteten Leistung fordern. Weiterwird eine Rückerstattung bis zu einem Betrag gesetzlich zulässig (insoweit anders als Ziff. 4 und 9). Die Mängelgröße bzw. die Bestreitung eines oder mehrerer Posten der Rechnung entbindet den Kunden nicht von der Pflicht, die Rechnungsbeträge in den in Ziff. 12 spezifizierten Fristen zu begleichen.

14. Vorzeitige Vertragsauflösung

Sollte das Print- oder Online-Medium sein Erscheinen während der Vertragslaufzeit unzumutbar machen (beispielshaft: Gründe vor, die eine Vertragsverfüllung unzumutbar machen (beispielshaft: höhere Werte; wichtige technische Gründe, die für deren Auftreten nicht der Verlag verantwortlich ist; Nichterhaltung der rechtlichen Vorschriften, wesentlicher Vertragspflichten oder Nichterfüllung erforderlicher Nutzungsrechte durch den Kunden (Ziff. 7 Abs. 3)), kann der Verlag ohne Gewährleistungs- bzw. Ersatzverpflichtung oder sonstige Schadenersatzfolge vom Vertrag zurücktreten bzw. diesen fristlos auflösen; Schadenersatzansprüche des Verlags gegen den Kunden, soweit diesem der Auflösungsgrund zuzurechnen ist, bleiben vorbehalten. Der Kunde ist jedoch nicht von der Pflicht entbunden, die bestehenden Schadenersatzansprüche zu bezahlen. Im Fall von Vertragsauflösung durch den Verlag, soweit der Auflösungsgrund nicht dem Kunden zuzurechnen ist, bleiben die Rabattberechtigungen aufgrund der ursprünglich festgelegten Abschlusshöhe bestehen. Ist der Auflösungsgrund dem Kunden zuzurechnen, entfallen Rabattberechtigungen oder andere Vorzugsleistungen auf allen im Zeitpunkt der Auflösung noch nicht bezahlten Rechnungen (vgl. auch Ziff. 16).

15. Änderungen der AGB, salvatorische Klausel, Welteiler

Der Verlag ist berechtigt, diese AGB, die Tarife sowie allfällige weitere allgemeine Regelungen jederzeit zu ändern. Die geänderten Regelungen werden vorbehaltlich anderslautender konkreter Bestimmung auch auf laufende Verträge angewendet. Der Kunde hat jedoch das Recht, innerhalb von 10 Tagen seit schriftlicher Bekanntgabe der neuen Bestimmungen vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anrecht auf den Rabatt, der gemäss bisheriger Rabattbestimmungen dem effektiv abgenommenen Quantum entspricht. Sollten einzelne oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird hiervon die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen und Vereinbarungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll vielmehr eine Regelung gelten, die in rechtlich zutreffender Weise dem Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt. Der Kunde verzichtet auf das Recht zur Verrechnung mit allfälligen Gegenforderungen.

16. Gerichtsstand, anwendbares Recht

Gerichtsstand ist für beide Teile ausschliesslich St. Gallen. Es gilt Schweizer Recht, insbesondere die Vorschriften des schweizerischen Obligationenrechts (OR). Weiterverweisungsnormen sowie das UN-Kaufrechtsübereinkommen werden angewendet.

17. Inkrafttreten

Diese AGB treten per 01.10.2017 in Kraft. Anpassung im September 2018.

CYBER MONDAY
SUPER SALE

DISCOUNT UP TO 75% OFF
WWW.YOURWEBSITE.COM

Werbemarkt

kömedia
mit Leidenschaft

Kömedia AG
Geltenwilenstrasse 8a, 9000 St. Gallen
Tel. 071 226 92 92, Fax 071 226 92 93
info@koemedia.ch, www.koemedia.ch

Mediaberatung

Urs Dick, Tel. 071 226 92 56
u.dick@koemedia.ch
Jessica Magos, Tel. 071 226 92 75
j.magos@koemedia.ch

Redaktion

Galledia Fachmedien AG
Anna Kohler, Chefredaktorin Print
anna.kohler@galledia.ch
Tel. 058 344 98 82
Thomas Häusermann, Chefredaktor Online
thomas.haeusermann@galledia.ch
Tel. 058 344 98 85

Verlag

Galledia Fachmedien AG
Rolf Gubelmann, Verlagsmanager
rolf.gubelmann@galledia.ch
Tel. 058 344 98 48

Nora Dämpfle
nora.daempfle@galledia.ch
Tel. 058 344 98 87
Johannes Hapig
johannes.hapig@galledia.ch
Tel. 058 344 98 83

